

RECENZIJOS

Aktuali monografija „Universiteto įvaizdžio kaita“

Gretos Drūteikienės ir Albino Marčinsko parengta monografija „Universiteto įvaizdžio kaita“ savo conceptualumu yra suvoktina kaip vertingas mokslinis darbas. Monografijos autoriai tyrimo objektu pasirinko aktualią ir sudėtingą problematiką, susijusią kiek su atskiro universiteto įvaizdžio kūrimu ir keitimu, tiek su universitetinių studijų įvaizdžiu, kas ypač svarbu susiklosčiusioje dabartinėje situacijoje.

Monografijos tematikos aktualumą lemia ir ta aplinkybė, jog šiuolaikinėje Lietuvos visuomenėje jau yra suvokiamas būtinumas išryškinti ir įvertinti gero išsilavinimo svarbą, nors pasitikėjimas aukštojo mokslo yra smarkiai susvyravęs, o studijų kokybės užtikrinimo problema šiuo metu yra viena labiausiai nagrinėjamų visuose visuomenės sluoksniuose. Monografijos autoriai remiasi prielaida, kad universiteto įvaizdis labai priklauso nuo to, kiek pati organizacija įprasmina šį procesą. Universitetas gali investuoti daug išteklių (finansinių, žmogiškųjų, laiko) siekdamas kurti palankią nuomonę, tačiau pastangos bus bevaisės, jeigu vykdoma veikla neturės sistemingumo. Kita vertus, monografijos autorių teigimu, negalima

ignoruoti šalyje susiklosčiusios universitetinių studijų sistemos, todėl jie kelia Lietuvai strategiškai aktualų klausimą: ar racionalu išskaidyti išteklius siekiant atskiro universiteto įvaizdžio, nesukūrus Lietuvos universitetinių studijų įvaizdžio?

Suvokdami šios problematikos svarbą, monografijos autoriai formuluoja ir atitinkamą tikslą – apibendrinus atskiro universiteto įvaizdžio kūrimo principus, pateikti universiteto įvaizdžio audito instrumentus ir strategiškai svarbią Lietuvos universitetinių studijų įvaizdžio gerinimo koncepciją.

Monografijos mokslinis naujumas ir praktinė nauda grindžiami tuo, kad joje pirmą kartą sistemiškai išanalizuota universiteto įvaizdžio koncepcija, struktūra, formavimo ir valdymo prielaidos, pristatyti universitetų įvaizdžio tyrimai Lietuvos ir pasaulio mastu. Parodant vieno Lietuvos universiteto siekiamybę stiprinti savo įvaizdį, konstatuojama, kad šiandienėje situacijoje strateginiai žingsniai universiteto bei universitetinių studijų įvaizdžio gerinimo linkme turi būti siejami su koordinuotomis pastangomis.

Kita vertus, svarbu pažymėti ir tai, kad monografija parašyta naudojant solidžią

* DRŪTEIKIENĖ, G.; MARČINSKAS, A. Universiteto įvaizdžio kaita: Monografija. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2010. 320 p.

mokslinę literatūrą ir šaltinius, remiamasi pačių autorių publikacijomis. Knygoje naudojamas gana preciziškas mokslinis aparatas, pabrėžtina sklandi teksto kalba. Visa tai ištis leidžia priskirti šį kompleksinio pobūdžio darbą monografijos kategorijai.

Pažymėtina gerai parengta monografijos sandara, klausimų dėstymo nuoseklumas ir gilumas. Monografiją sudaro septynios dalys. Ji pradedama pratarme, kuri supažindina skaitytoją su nagrinėjamos problemos aktualumu bei ištirtumu, monografijos tikslu ir uždaviniais, teorine ir praktine jos nauda.

Pirmoje monografijos dalyje „Įvaizdžio reikšmė sėkmingai universiteto veiklai“ iškeliami įvaizdžio kūrimo šiuolaikiniame universitete problema ir įrodomas jos aktualumas. Pabrėžiama, kad įvaizdis yra ilgalaikių universiteto tikslų įgyvendinimą užtikrinantis strateginis instrumentas. O pats pozityvus įvaizdžio kūrimas – ilgai trunkantis, paremtas naujomis žiniomis procesas, kurį būtina valdyti. Anot autorių, sėkmingai veikiantis universitetas turi sugebėti kurti įvaizdį tokia kryptimi, kuri būtų reikšminga, nepakeičiama ir negalėtų būti lengvai nukopijuota konkurentų.

Antroje monografijos dalyje „Universitetų įvaizdžio ištirtumas teoriniu ir praktiniu aspektu“ yra pristatomas teorinis mokslininkų indėlis nagrinėjant universitetų įvaizdžio formavimo ir matavimo klausimus. Reikšminga yra ir tai, kad atskleidžiami įvaizdžio tyrimų, atliktų užsienio ir Lietuvos universitetuose, rezultatai bei pačių monografijos autorių patirtis vykdant tyrimus, susijusius su Vilniaus universiteto ir jo padalinių įvaizdžio vertinimu skirtingais pjūviais.

Trečioje monografijos dalyje „Universiteto įvaizdžio samprata ir tipologijos“ aptariama įvaizdžio raida pasauliniame ir

lietuviškajame akademiniam diskurse bei universiteto kontekste, iškeliami universiteto įvaizdžio ir reputacijos sampratų conceptualizavimo problema. Autoriai teigia, kad įvaizdžio sampratą nagrinėja įvairių mokslo sričių teorijos, todėl organizacijos įvaizdžio apibrėžimai ir tipologijos yra labai daugiaprasmiai, nes mokslininkai vertina šį reiškinį iš skirtingų pozicijų, išryškindami vieną ar kitą aspektą. Pabrėžiama, kad universiteto įvaizdžio reiškinys nėra aktyvių mokslinių tyrinėjimų objektas, universiteto įvaizdžio tipologijos yra tokia pat ginčytina tema, kaip ir paties šio reiškinio aiškinimas. Tačiau autoriai atkreipia dėmesį į tai, kad svarbu tiksliai suvokti formuojamo įvaizdžio rūšį ir jo psichologinę specifiką, nes tai turi nemažą įtaką tolesniam reiškinio formavimo ir valdymo procesui, jo struktūrinio modelio kūrimui ir tobulinimui.

Ketvirta monografijos dalis „Universiteto įvaizdžio struktūra ir jo formavimo prielaidos“ yra skirta pagrindinių universiteto įvaizdžio dedamųjų ir jo kūrimo principų aptarčiai. Autoriai pagrįstai teigia, kad svarbu ne tik įvertinti paties universiteto veiklos strategiją, siekius, nuostatas, bet ir skirti ypatingą dėmesį aiškiam įvaizdžio subjekto suvokimui, jo socialinių, kultūrinių, psichologinių ir panašių charakteristikų aiškinimui.

Penktoje monografijos dalyje „Universiteto įvaizdžio palaikymo ir keitimo būdai“ diskutuojama apie universiteto įvaizdžio keitimą naudojant identiteto, vidinio įvaizdžio, krizių komunikacijos ir marketingo komunikacijos valdymą. Pirmame šios dalies skyriuje „Universiteto identiteto valdymas“ aptariama, kaip, keisdamas ir tobulindamas pagrindines identiteto dalis, universitetas gali formuoti tinkamiau-

sią ir trokštamiausią įvaizdį. Antrame šios dalies skyriuje „Vidinio universiteto įvaizdžio valdymas“ kalbama apie vieną svarbiausių universiteto įvaizdžio kūrimo tikslų – teigiamo universiteto personalo įvaizdžio kūrimą. Trečiame šios dalies skyriuje „Universiteto įvaizdžio palaikymas krizės metu“ aptariami universiteto krizinės komunikacijos veiksmai šiai organizacijai atsidūrus nepalankioje situacijoje. Ketvirtas šios dalies skyrius „Universiteto įvaizdžio valdymas panaudojant marketingo komunikacijas ir jų sinergiją“ skirtas marketingo komunikacijoms ir jų naudojimui kuriant universiteto įvaizdį.

Šeštoje monografijos dalyje „Universiteto įvaizdžio auditas“ pateikiamos universitetų rikiavimo metodikos, aptariama, kaip universitetas gali tirti savo identitetą, įvaizdį bei reputaciją, ir kokius veiksmus turėtų atlikti pasibaigus savianalizės procesui. Visiškai pagrįstai teigiama, kad, siekiant sukurti maksimaliai palankų įvaizdį, kuris padėtų universitetui siekti konkurencinio pranašumo ir didinti jo vertę, pirmiausia turi būti atliktas universiteto įvaizdžio auditas, apimantis tiek vidinių, tiek išorinių kintamųjų vertinimą.

Labai reikšminga yra septinta monografijos dalis „Universitetinės išorinės

aplinkos kaita Lietuvoje“, kur vadovaudamiesi pasirinkta koncepcija monografijos autoriai nemažai vietos skiria universitetinės išorinės aplinkos kaitos analizei. Laikomasi nuostatos, kad universitetinė išorinė aplinka kiekviename savo istorinės raidos etape formuoja tai, kas vadintina universitetinių studijų įvaizdžiu – „pirminiu“ universiteto įvaizdžiu.

Baigiamajame žodyje monografijos autoriai teigia, kad negalima pernelyg susiaurinti ar supaprastinti universiteto įvaizdžio valdymo problematikos. Strateginei išvalgai reikia susieti vidinės ir išorinės aplinkos kintamuosius, atsakyti kamerinio situacijos matymo, sukurti valstybės plataus įgaliojimų ir atsakomybės spektro interesams atstovaujančią instituciją.

Apibendrinant galima teigti, kad Gretos Drūteikienės ir Albino Marčinsko monografija „Universiteto įvaizdžio kaita“ yra svarus indėlis į universiteto įvaizdžio kūrimą ir valdymą. Tai reikšmingas darbas gilinantis ir į vieno universiteto, ir apskritai į universitetinių studijų sistemos problemas. Ši originali monografija yra aktuali tiek universitetų administracijai, tiek akademiniam skaitytojui, tiek praktikui, kuris domisi organizacijos įvaizdžio kūrimu ir valdymu.

Prof. dr. (HP) Danuta Diskienė